

BUSINESS VALUE COMMUNICATION

Le climat commercial d'aujourd'hui est radicalement différent de celui qu'on l'a connu il y a seulement quelques années. Alors, comment se fait-il que la plupart des entrepreneurs adoptent la même stratégie que leurs prédécesseurs ? Grâce à ce module apprenez à adapter votre communication d'entreprise à vos clients et à mieux marquer leurs esprits.

ANIMATEUR



Gee RANASINHA, *Principal / PDG de KEXINO S.à.r.L.*

De nationalité britannique, Gee RANASINHA occupe le poste de PDG au sein de la société de services marketing KEXINO qui aide les entreprises à améliorer leur communication auprès de leurs clients et partenaires.

Il jouit de plus de vingt ans d'expérience dans le domaine du marketing, de la publicité et de la création de matériels de communication aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, à Hong-Kong et à travers l'Europe.

FORMATION

«Business Value Communication» se veut un guide basique pour aider les entreprises à remodeler leurs tactiques et stratégies marketing (site web, communication collatérale, stratégie de medias sociaux, etc.) et marquer de façon plus efficace les esprits de leur clients qu'ils soient nouveaux ou de longue date. A travers des exemples réels de communication collatérale d'entreprise, Gee vous enseignera des actions tactiques et stratégiques qui, lorsqu'elles sont employées à bon escient dans une organisation, aident à augmenter le retour sur investissement marketing et permettent à une société de bénéficier de nouveaux outils de communication.

Sujets couverts :

- Vous ne vendez pas ce que vous croyez vendre. Pourquoi la stratégie de marque est-elle moins importante que le positionnement ?
- L'importance du vocabulaire client. Il ne s'agit pas de ce que vous vendez mais de ce que votre client achète,
- Le media approprié aux présentations d'entreprise,
- Communication et marketing multidimensionnels. Contenu qui varie en fonction du support,
- Aujourd'hui, nous sommes tous des éditeurs ! Développement d'une stratégie pour réseaux sociaux.

La formation est conduite de façon informelle, interactive et collaborative et les participants sont vivement encouragés à l'interactivité.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Amélioration de l'efficacité des ventes et de la communication marketing,
- Développement d'outils de communication (présentations d'entreprise, site web, brochures, etc.) plus convaincants,
- Création et développement d'une stratégie de communication sur médias sociaux.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Chefs d'entreprises, Managers et tous professionnels des services Commerciaux, Marketing et Communication.
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 16h00

Dates :

19 octobre 2010
18 mars 2011

Investissement :

Membres AmCham : 400 €
Non-membres : 550 €
Bénéficiez de 20% de réduction à partir de deux collaborateurs de la même Enterprise.

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

“WHOLE BRAIN” COMMUNICATION - BETTER UNDERSTAND YOURSELF & OTHERS

Comprendre ses propres préférences et son style ainsi que les comportements associés. Quel est l'impact de mon profil personnel dans ma communication avec autrui ? Les outils pratiques pour être plus performant !

ANIMATRICE



Christine MORLET, FORMATION-NEGOCIATION.COM (Sàrl)

Consultante Senior, fondatrice du réseau d'experts Formation Négociation, praticienne PNL, certifiée au modèle Herrmann des préférences cérébrales (H.B.D.I.), spécialisée en négociation commerciale et négociation interne (management). Ancienne consultante Senior du Groupe Scotwork, membre expert de la Negotiation Academy Europe, Conférencière Internationale, membre de la Global Speakers Federation (USA)..

ORGANISATION

Format :

1/2 journée
de 14h à 18h

Dates :

4 novembre 2010
7 avril 2011

Investissement :

Membres AmCham :
300 €
Non-membres : 425 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation

*Cette formation peut
être incluse dans un
DIF.*

FORMATION

- Acquérir les fondamentaux d'une communication efficace, « à cerveau total »
- Identifier son style personnel et mieux comprendre celui d'autrui
- Optimiser sa performance en communication interpersonnelle à l'aide d'exercices pratiques
- Identifier et prendre conscience des aptitudes utilisées en communication « à cerveau total »
- Utiliser immédiatement ces aptitudes dans les relations personnelles et professionnelles

PUBLIC

OBJECTIFS

- Toute personne ayant le souhait d'optimiser sa communication interpersonnelle et de mieux comprendre les modes de fonctionnement d'autrui pour mieux communiquer.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Commerciaux, managers, acheteurs, services logistique, marketing et informatique...
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

MAKING MEMORABLE PRESENTATIONS

Comme le veut l'adage, « le plus important n'est pas ce que l'on dit mais comment on le dit ». Communiquer des messages convaincants, percutants et qui marquent les esprits demande bien plus qu'une simple présentation PowerPoint.



Bradley STOCK, *Président de l'AmCham Rhône-Alpes - Auvergne - Fondateur d'Ozarks - The Communications Company*

Bradley STOCK est spécialisé dans la formation continue depuis plus de 20 ans, et notamment dans la transmission de compétences de communication en anglais. En tant que Président Régional de la Chambre de Commerce Américaine depuis 2002 (en Alsace Lorraine de 2002 à 2006, puis en Rhône-Alpes Auvergne depuis 2007), il est très souvent sollicité pour s'exprimer sur des sujets économiques lors de conférences à caractère international.

FORMATION

La formation « Making Memorable Presentations » permet aux participants de renforcer leurs compétences en présentation orale. Ils sont amenés à découvrir et à perfectionner des techniques et des messages, ainsi que la maîtrise du temps et de l'espace pour mieux conquérir leur public.

Le stage de formation alterne théorie et pratique, pour une assimilation rapide et concrète des outils et des bonnes pratiques présentés lors de la journée.

Vous découvrirez et travaillerez :

- Des techniques de présentation,
- Une terminologie, des expressions et un message clés pour votre entreprise,
- L'outil de communication non-verbale (voix, rythme, langage corporel...).

Les participants travailleront sur des cas concrets. A la fin de la journée, ils seront capables de réaliser des présentations orales plus mémorables et de délivrer efficacement des messages clés.

Un coaching personnalisé sur les performances individuelles est réalisé tout au long de la journée.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Améliorer ses techniques de présentation pour avoir plus d'impact sur son public,
- Identifier et comprendre les mauvaises et les bonnes techniques,
- Apprendre à délivrer des messages pertinents et des présentations efficaces,
- Se préparer pour une occasion particulière (conférence, réunion, rencontre avec un client, prospect, partenaire...).

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers, Chefs de projets et toute personne amenée à évoluer dans un contexte international,
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

COMMUNICATION

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

16 novembre 2010
14 avril 2011

Investissement :

Membres AmCham : 375 €
Non-membres : 485 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi

Modules

complémentaires :

The Elevator Pitch -
cf p. 18

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

HUMAN INTERACTION

Dans un contexte de mondialisation complexe, les interactions entre des individus très différents représentent un énorme défi. Les controverses lors de réunions sont devenues fréquentes, qu'elles soient liées au sujet traité, aux pressions professionnelles ou tout simplement aux différences de perceptions liées à la culture. Ce module a pour objectif de vous rendre capable de gérer n'importe quelle situation conflictuelle de façon constructive.



Dr. Witt Hans-Jörg, Witt&Partner

Hans-Jörg Witt tient son expertise de deux décennies d'expérience en consulting transculturel ainsi que 25 années dans l'industrie pétrochimique au sein d'une entreprise internationale. Hans-Jörg a occupé plusieurs postes d'industriels avant de rejoindre le service des Ressources Humaines en tant que consultant interne. Il a dirigé une branche autonome de consulting interne en tant que Directeur monde de l'efficacité organisationnelle pour plus de 40 pays. Hans-Jörg est maintenant spécialisé en formation de managers, efficacité organisationnelle et gestion du changement et fait preuve de la meilleure expertise sur le sujet. Il dirige sa propre entreprise de consulting depuis 2004. Ingénieur Chimique de formation, Hans-Jörg a obtenu son doctorat auprès de l'Université de Tarragone en Espagne dans le domaine de l'ingénierie chimique et des sciences sociales. Il a également été professeur et a enseigné les sciences et le développement organisationnel.

ORGANISATION

Format :

Deux journées de 9h00 à 18h00

Dates :

23 & 24 novembre 2010
15 et 16 mars 2011

Investissement :

Membres AmCham : 825 €
Non-membres : 975 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation et repas du midi.

Cette formation peut être incluse dans un DIF ou un plan de formation annuel.

FORMATION

Cette formation a pour objectif d'étendre vos connaissances de façon à améliorer la qualité de vos rapports avec vos collaborateurs, employés, et avec les autres d'une manière générale. Cette nouvelle façon de communiquer vous permettra d'éliminer le conflit perpétuel qui existe entre les objectifs professionnels et la dynamique de l'équipe tout en respectant l'intégrité de chacun. Des sujets tels que les codes du langage corporel, les dynamiques de groupes, la résolution des conflits, la compréhension des différences et l'estime de soi seront étudiés. Les participants découvriront des concepts, outils et pratiques qui amélioreront leurs interactions avec les autres, l'efficacité de leurs médiations, et évidemment leur organisation. A l'issue de cette formation, les participants seront capables de gérer n'importe quelle situation conflictuelle de façon constructive.

Cette formation s'articule autour d'une étude de cas personnel et permet de la mettre en scène face à une caméra pour analyser les comportements. Un participant se place en personnage clé et un second intervient pour entrer en interaction avec lui. Après visionnage de la vidéo, tous les participants peuvent émettre des commentaires avant de rejouer la scène pour mieux assimiler le comportement enseigné. Des lectures, travaux de groupe, discussions et entretiens enrichissent également ce module de formation.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Comprendre les dynamiques des comportements individuels et les éléments de l'efficacité d'un groupe,
- Apprendre des stratégies d'organisation et de connaissance de soi et comment affronter des situations conflictuelles,
- Connaître ses forces et ses faiblesses personnelles et savoir adopter un comportement mécanique en cas de perte de contrôle avec les membres d'une équipe,
- Améliorer les compétences en communication et résolution de conflit
- Développer l'estime de soi et la confiance en soi,
- Utiliser sa créativité pour surmonter des situations difficiles,
- Apprendre à mettre en œuvre des exercices expérimentaux et accélérer la transmission de savoir.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Cette formation est destinée à de futurs ou actuels managers, consultants, animateurs, dirigeants de réunions, médiateurs, chefs de projet,...

AmCham Elevator Pitch

Un maximum de communication pratique en un minimum de temps ! Les Américains appellent « elevator pitch » cet argumentaire condensé dans lequel vous vous présentez de 30 secondes à 2 minutes maximum, en moins de 120 mots.

Animatrice



Christine MORLET, FORMATION-NEGOCIATION.COM (Sàrl)

Consultante Senior, fondatrice du réseau d'experts Formation Négociation, praticienne PNL, certifiée au modèle Herrmann des préférences cérébrales (H.B.D.I.), spécialisée en négociation commerciale et négociation interne (management). Ancienne consultante Senior du Groupe Scotwork, membre expert de la Negotiation Academy Europe, Conférencière Internationale, membre de la Global Speakers Federation (USA).

Formation

10 à 15 personnes prennent la parole en anglais à l'occasion de la soirée et sont évaluées par des spécialistes de la prise de parole en public, soit une séquence de 40 à 50 minutes (2 minutes maximum par orateur et 2 minutes pour chaque évaluation).

Chaque « challenger » dispose de 30 secondes à 2 minutes maximum (chronomètre en main !) pour se présenter, selon la technique de l'elevator « pitch » présentée par Christine Morlet, conférencière professionnelle, en début de soirée.

Une fois que vous aurez réussi à éveiller l'intérêt de vos interlocuteurs, vous pourrez toujours proposer de leur présenter votre sujet d'une manière plus formelle, en vous appuyant sur des données factuelles, mais seulement une fois qu'on est convaincu de la pertinence du sujet !

L'idée de l'« Elevator pitch » est facile à comprendre : comment faire passer un message, comment vendre un produit, comment présenter un projet, en moins de 2 minutes.

Public

OBJECTIFS

- Toute personne ayant le souhait d'optimiser sa communication interpersonnelle et de mieux comprendre les modes de fonctionnement d'autrui pour mieux communiquer.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Commerciaux, managers, acheteurs, services logistique, marketing et informatique...
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

ORGANISATION

Format :

Sessions de 2h30
de 18h30 à 21h

Dates :

Une soirée tous les deux mois

Investissement :

Membres AmCham : 48€
Non-membres : 68€

Lieu :

Hôtel Holiday Inn
20, place de Bordeaux
Strasbourg

Compris dans le prix :

Apéritif dînatoire & boissons

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

SUCCESSING IN THE STATES: A LAWYER'S PERSPECTIVE

Recevez les conseils avisés de M. Thorelli éclairés par son expertise de plus de 30 ans aux côtés de PME françaises qui ont un lien commercial avec le marché américain. Cette formation vous permettra de maîtriser la différence entre les approches juridiques américaine et française notamment dans la négociation des contrats, la propriété intellectuelle, la demande de visa, la résolution des litiges, ou encore la responsabilité du fait des produits défectueux,...

ANIMATEUR



Thomas Thorelli, *Thorelli & Associates*

Thomas Thorelli est né à Stockholm et parle français et finlandais couramment. Il est avocat d'affaires pour les PME françaises et Européennes depuis plus de 30 ans et s'est spécialisé dans la défense de la propriété intellectuelle de ses clients. Allant de l'accord de non-divulgence et la protection de la marque aux agences de négociation en passant par la distribution, les licences d'exploitation, les coentreprises et les contrats d'acquisition, son expertise vous permet de minimiser la responsabilité du fait des produits défectueux et les risques juridiques en général. Il gère également toutes les affaires liées au travail et droit de séjour des familles ainsi que la résolution des litiges.

ORGANISATION

Format :

1 journée de 9h à 17h

Dates :

30 novembre 2010
18 mai 2011

Investissement :

Membres AmCham : 525 €
Non-membres : 625 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation et
repas du midi

*Ce module peut être
inclus dans un plan de
formation annuel.*

FORMATION

- Comprendre l'utilisation des avocats aux Etats-Unis (55 000 avocats inscrits au barreau en France, 40 000 pour la seule ville de Chicago),
- Différence culturelle dans le style de négociation,
- Apprendre à se protéger par le biais de documents juridiques,
- Créer de la valeur ajoutée à travers des normes juridiques,
- Connaître les clauses décisives à inclure dans les accords de licences ou de distribution,
- Obtenir le paiement d'un client américain,
- Gestion préventive du risque lié à la responsabilité du fait des produits défectueux.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Mieux connaître l'approche juridique américaine avant de travailler aux Etats-Unis,
- Améliorer sa productivité grâce au droit.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers de PME françaises qui travaillent déjà ou veulent travailler avec les Etats-Unis
- Aucun prérequis juridique nécessaire
- Tout secteur d'activité
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

THE ART AND SCIENCE OF LEADERSHIP

Le monde d'aujourd'hui se caractérise par des changements de plus en plus rapides donnant lieu à des situations paradoxales. La rapidité du changement, qu'il s'agisse de la société ou de l'économie, n'est pas toujours évidente à gérer. Les défis que les principaux acteurs politiques et économiques doivent relever sont énormes et sans précédents. Cette formation a pour objectif d'étendre les connaissances de ces décideurs de façon à les aider à relever les défis de demain et à les préparer à leur futurs succès. Des sujets tels que la gestion d'équipes autonomes sur le long terme, le réseautage international et multiculturel et le remodelage d'entreprises seront couverts. Les participants découvriront des concepts, outils et pratiques qui amélioreront leur efficacité et évidemment leur organisation.

ANIMATEUR



Hans-Jörg Witt, Witt&Partner

Hans-Jörg Witt tient son expertise de deux décennies d'expérience en consulting transculturel ainsi que 25 années dans l'industrie pétrochimique au sein d'une entreprise internationale. Hans-Joerg a occupé plusieurs postes d'industriels avant de rejoindre le service des Ressources Humaines en tant que consultant interne. Il a dirigé une branche autonome de consulting interne en tant que Directeur monde de l'efficacité organisationnelle pour plus de 40 pays. Hans-Joerg est maintenant spécialisé en formation de managers, efficacité organisationnelle et gestion du changement et fait preuve de la meilleure expertise sur le sujet. Il dirige sa propre entreprise de consulting depuis 2004. Ingénieur Chimique de formation, Hans-Joerg a obtenu son doctorat auprès de l'Université de Tarragone en Espagne dans le domaine de l'ingénierie chimique et des sciences sociales. Il a également été professeur et a enseigné les sciences et le développement organisationnel. Ingénieur Chimique de formation, Hans-Joerg a obtenu son doctorat auprès de l'Université de Tarragone en Espagne dans le domaine de l'ingénierie chimique et des sciences sociales. Il a également été professeur et a enseigné les sciences et le développement organisationnel.

FORMATION

Elle permet de se familiariser avec les lieux de travail de demain :

- La mondialisation et son impact,
- Perspective macro sur les changements sur le lieu de travail,
- Tendances de l'industrie,
- Compétences managériales,
- Le leadership et ces défis,
- Leadership, relation avec ses collaborateurs et ses équipes,
- Comportements du Leadership,
- Réponses stratégiques,
- Plan organisationnel,

- Compétences,
- Equipes autonomes,
- Procédures d'entreprise,
- Diagnostic entreprise,
- Evaluation personnelle d'une situation,
- Analyse du résultat obtenu par rapport au résultat escompté,
- Plan d'amélioration,
- Compétences managériales,
- Efficacité de l'équipe,
- Efficacité organisationnelle.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Comprendre les dynamiques de travail de demain
- Apprendre des stratégies personnelles et organisationnelles pour relever ces défis
- Connaître des facilitateurs performants pour rendre une équipe autonome et améliorer la productivité
- Aiguiser ses compétences managériales

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Cette formation s'adresse aux actuels et futurs dirigeants d'entreprise, quelle qu'en soit la taille et le domaine, qui font face à la compétitivité.
- Niveau d'anglais professionnel opérationnel.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

25 novembre 2010
17 mars 2011

Investissement :

Membres AmCham : 375€
Non-membres : 485€

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

MASTER THE MOMENT™ :

POWERFUL LESSONS IN TIME MANAGEMENT

Master The Moment est une méthodologie de gestion du temps et de l'efficacité personnelle basée sur l'écoute attentive de 50 des plus illustres PDG de grandes entreprises mondiales et appuyée par des psychologues dans des domaines tels que la motivation, la théorie des décisions, la procrastination, le développement des habitudes et bien sûr, la forme physique.

ANIMATEUR



Pat Brans, *Master THE Moment™*, consultant dans le domaine de la productivité

Pat Brans a occupé des postes de cadre supérieur auprès de trois grands groupes internationaux : Computer Sciences Corporation, Hewlett Packard et Sybase, et il est devenu il y a plus de dix ans, consultant dans l'optimisation des échanges via les nouvelles technologies.

Il prend maintenant une nouvelle dimension en révélant « tous les secrets de ceux qui réussissent tout ».

Il est l'auteur de deux livres :

- "Master The Moment: Fifty CEOs Teach You The Secrets of Time Management", BCS Press, octobre 2010
- "Mobilize Your Enterprise: Achieving Competitive Advantage through Wireless Technology", Prentice Hall, 2002

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

18 novembre 2010
16 février 2011

Investissement :

Membres AmCham :
375 €
Non-membres : 485 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

FORMATION

La méthode « Master The Moment » se structure en six étapes que les participants sont invités à franchir pour apprendre à mieux gérer leur temps. La formation consiste en une présentation de la théorie et de la méthode assortie de plusieurs exercices individuels et en groupe.

Lors de la formation, les participants découvriront :

- Les différentes attitudes à adopter et leur impact,
- Les techniques de définition des priorités,
- Comment se focaliser sur ce qui est prioritaire et se détourner de ce qui est superflu,
- Des stratégies pour toujours terminer ce que l'on a commencé et faire la part des choses lorsqu'un projet est voué à l'échec,

Tout participant sort de la formation avec :

- La capacité de rédiger une liste d'objectifs par ordre de priorité,
- Une stratégie pour atteindre chacun de ces objectifs,
- La maîtrise d'une technique permettant de minimiser les risques et trouver des solutions.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Améliorer la productivité,
- Classer ses priorités,
- Réaliser davantage et être plus capable d'apprécier son travail,
- Arriver à travailler avec une "concentration détendue".

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Dirigeants, cadres supérieurs, responsables de ventes,
- Cadres, ingénieurs, consultants,
- Créateurs d'entreprise,
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

RESSOURCES HUMAINES

FRENCH-AMERICAN RELATIONAL EFFICACY

Les pratiques professionnelles françaises et nord-américaines montrent de nombreuses similitudes mais également de subtiles différences qui peuvent s'avérer déconcertantes.

Une compréhension des différentes perceptions selon la culture peut considérablement améliorer les relations et performances au sein d'une entreprise multiculturelle.

ANIMATEUR



Bradley Stock, *Président Régional de la Chambre de Commerce Américaine Rhône Alpes, Fondateur et directeur d'OZARKS*

Avec plus de vingt ans d'expérience en tant qu'entrepreneur en France, Bradley Stock a participé à de nombreux projets d'envergure internationale où une bonne gestion de la diversité culturelle s'imposait. Le projet le plus important fut la mise en œuvre d'un vaste programme d'intégration culturelle au siège mondial d'Aventis lors de la fusion entre Rhône-Poulenc et Hoechst (HMR). En tant que Président Régional de la Chambre de Commerce Américaine, Brad facilite les relations économiques entre partenaires publics et privés des deux côtés de l'atlantique. Dans ce cadre, il fait souvent usage des principes et connaissances qui constituent le cursus de ce module.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

26 octobre 2010
28 mars 2011

Investissement :

Membres AmCham : 375€
Non-membres : 485€

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi

Modules

complémentaires :

The Elevator Pitch -
cf p. 18

*Ce module peut être
inclus dans un plan de
formation annuel.*

FORMATION

Au cours de cette formation, les participants découvriront :

- Une carte des différences culturelles clés incluant : les perceptions communes, le choc entre les différents systèmes éducatifs, les comportements sociaux, les modes & critères de prise de décisions, les facteurs de motivation et la courbe de motivation, les niveaux de contextes, les critiques récurrentes ;
- La dimension culturelle dans la distance hiérarchique, ainsi que des référentiels pour mieux apprécier les différences interculturelles ;
- Une étude comparative des différences entre les cultures française et américaine avec un focus sur les points communs observés au sein du groupe : l'esprit et le travail d'équipe, les caractéristiques d'un « bon co-équipier » en France et aux Etats-Unis.

Tout au long de la journée, une participation active de la part de chaque stagiaire sera encouragée.

Ce module est co-animé avec un expert pays.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Intégrer et apprendre à utiliser des outils clés pour communiquer efficacement avec des homologues américains,
- Comprendre son propre système de valeurs culturelles afin d'être plus réaliste dans son approche avec les Etats-Unis.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers souhaitant établir des relations efficaces et durables dans un environnement franco-américain,
- Autres profils souhaitant optimiser et pérenniser la nature de leurs échanges avec les Etats-Unis,
- Niveau d'anglais professionnel opérationnel.

THE STRATEGY TOOLBOX : MODELS TO UNDERSTAND YOUR COMPANY'S STRATEGY

La stratégie est le lien ultime entre les différentes fonctions d'une entreprise. Ne pas comprendre en quoi elle consiste peut être risqué pour l'entreprise mais aussi pour le manager. Cette formation propose des outils et des techniques pour comprendre les enjeux stratégiques et comment implémenter un changement stratégique dans l'entreprise.

ANIMATEUR



Erwan Guiziou, *Consultant indépendant*

Erwan Guiziou jouit d'une expérience en management qu'il a acquis en occupant des postes opérationnels et stratégiques aussi bien dans de grandes entreprises (Dell, Lexmark) que dans des PME (Devoteam, Ready Business System), gérant des équipes de 2 à 40 personnes, directement et indirectement. Sa carrière au niveau européen a englobé des responsabilités de développement informatique, de manager de programmes ainsi que de responsable marketing. Cette formation est construite sur un MBA appliqué sur le terrain terrain chez Dell et Lexmark ainsi qu'au cours d'une expérience récente de consultant qui lui permet de donner des conseils concrets à des entreprises de toute taille dans les secteurs publics et privés.

FORMATION

Durant cette formation, les participants vont découvrir, en trois phases:

Phase 1 (analyse de la situation) : Comment appliquer les modèles stratégiques à leur propre entreprise en utilisant la boîte à outils stratégique. Celle-ci comprend des outils pour analyser les caractéristiques internes (MOST, structure, systèmes informatiques, finance, marketing, ressources humaines, opérations) et des outils pour identifier les contraintes externes (P.E.S.T.L.E., 5 forces de Porter, carte de la compétition, cycle de vie de l'industrie, etc.)

Phase 2 (options stratégiques) : Comment identifier une stratégie générique. A partir des entreprises des participants, revoir les options stratégiques possibles, ainsi que les tactiques qui peuvent être mises en place. Faire une distinction claire entre stratégie et tactique.

Phase 3: (mise en oeuvre du changement) : Comment implémenter un changement stratégique dans l'entreprise. Cela veut dire utiliser un certain nombre d'outils supplémentaires (gestion des ressources humaines, annonce, évaluation des résultats, planning, etc.) et comment les utiliser.

A la fin de cette formation, le participant repart équipé d'une quinzaine d'outils pour analyser son entreprise et comment les appliquer. Des exemples d'entreprises réelles sont utilisés tout au long du cours.

Ce cours est interactif. Les participants sont invités à partager leur expérience.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Mettre en pratique modèles et méthodologies éprouvées
- Comprendre les stratégies et tactiques possibles
- Comment penser son rôle et sa fonction dans l'entreprise de façon stratégique

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers, dirigeants
- Chefs de projets
- Responsables et directeurs des ressources humaines
- Niveau opérationnel d'anglais requis.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

16 décembre 2010
3 juin 2011

Investissement :

Membres AmCham :
475 €
Non-membres : 625 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation et
repas du midi

*Ce module peut être
inclus dans un plan de
formation annuel.*

INDUSTRIAL ASSET MANAGEMENT

Comment être sûr d'« en avoir pour son argent »? Optimisez votre retour sur investissement sans faire prendre trop de risques ingérables à votre entreprise. Ce module permet d'améliorer les performances de votre entreprise par la gestion des risques et de l'incertitude qui vont avec l'investissement stratégique.

ANIMATEUR



Maurice DIERICK, Gestion financière d'entreprises industrielles, Associé et principal consultant chez Itirion SAS.

Maurice jouit de 20 ans d'expérience dans les affaires et le conseil avec une spécialisation en gestion de projets sur les marchés industriels et des énergies depuis ses débuts dans le domaine du conseil en 1998. Il parle 4 langues couramment et a travaillé dans de nombreux pays. Maurice est capable de gérer avec succès des équipes internationales.

ORGANISATION

Format :

1/2 journée,
de 8h30 à 12h30

Dates :

26 novembre 2010
22 mars 2011

Investissement :

Membres AmCham : 275€
Non-membres : 375€

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

FORMATION

Si votre équipement est défaillant, faut-il envisager le renouvellement ou la réparation ? On ne peut jamais disposer de toutes les informations nécessaires en cas d'investissement. On veut toujours gérer les risques au mieux en sachant que l'on peut regretter sa décision, qu'il s'agisse de dépense inutile ou de frilosité.

Une des clés du succès est de contourner certaines conjectures par une stratégie d'investissement alternative. Tout au long de ce module, Maurice vous guidera dans l'optimisation de vos décisions d'investissement grâce à des processus, outils et méthodes qui vont vous permettre d'identifier les risques et de structurer votre stratégie avec un plan de résultats potentiels. En alliant la théorie aux études de cas, ce module vous aidera à imaginer une gestion plus sûre de votre portefeuille d'actifs avec des résultats quantifiables, mesurables et sensibles à l'évolution des performances.

Vous apprendrez à maximiser votre revenu et vos investissements à long terme en prenant des décisions mieux renseignées au sein d'une organisation solide.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Prendre de meilleures décisions en termes d'investissement et optimiser son budget,
- Avoir une meilleure approche de la gestion de ses performances dans le processus décisionnel d'investissement.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Directeurs de services Financiers ou Managers ayant une formation en gestion financière,
- Managers en Opération et Maintenance, responsable du renouvellement de l'équipement,
- Directeurs Généraux et Directeurs Techniques,
- Niveau d'anglais professionnel opérationnel requis.

LEVERAGING TECHNOLOGICAL & INNOVATION CAPABILITIES OF ASIAN FIRMS FOR GLOBAL COMPETITIVENESS

Comment surfer sur la vague économique des quatre dragons asiatiques ? Ce module vous enseignera le façon dont les entreprises en Europe peuvent créer un partenariat avec l'Asie pour se développer à l'international.

ANIMATEUR



Professeur (Dr.) Arun Kumar Jain,

Professeur d'origine indienne, dont la stratégie a été approuvée et très exportée, Arun Kumar Jain est reconnu comme étant l'expert en management d'entreprise asiatique. Il a signé jusqu'à ce jour plus de 100 articles et études de cas documentées auprès de prestigieuses revues internationales telle que Harvard Business Review. Il a été conseiller formateur de plusieurs gouvernements et conseils d'administration, dont Fortune 500 qui réuni les dirigeants des 500 premières entreprises américaines en terme de leur chiffre d'affaires. Il a dirigé de nombreux programmes d'exception destinés aux membres de conseils d'administration et aux hauts dirigeants de sociétés internationales enseignant les stratégies internationales, la pensée stratégique, le commerce en Asie-Pacifique, etc.

FORMATION

Vous pouvez ouvrir n'importe quel ordinateur portable, téléphone portable, téléviseur, écran plasma, ou console, quelle que soit la marque, il est fort probable que les pièces de haute technologie les plus complexes aient été fabriquées et assemblées en Asie, qu'il s'agisse de la puce, de la batterie ou du boîtier. Les avantages compétitifs ne s'accroissent que dans les entreprises qui sont capable de créer et de mettre en œuvre de nouveaux modèles et réseaux économiques complexes. Cette formation se penche sur la façon dont les entreprises européennes peuvent créer un partenariat avec les quatre dragons asiatiques concernant l'innovation les programmes de d'amélioration de la compétitivité pour développer son internationalisme. Basée sur la pratique, cette formation inclut peu de discussion théorique. Le formateur jouit d'une solide base théorique acquise en Asie ainsi que d'une longue expérience de professeur dans ces régions. Les modules sur la gestion de la diversité culturelle sont menés sur la base de la participation. Cette formation est basée sur des exemples concrets et des études de cas.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Comprendre la capacité de production de hautes technologies des entreprises asiatiques,
- Apprécier l'impact de la personnalisation du produit et d'un prix défiant toute concurrence que les entreprises asiatiques peuvent fournir au niveau mondial,
- Réfléchir sur les problèmes éthiques que pose une collaboration totale au niveau de la technologie et de l'innovation,
- Comprendre la nature et le potentiel de d'une innovation mineure.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Manager en technologie et stratégie responsables de l'innovation,
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

ORGANISATION

Format :

3 jours (20 heures)

Dates :

13 -15 décembre 2010
25 - 27 avril 2011

Investissement :

Membres AmCham :

985 €

Non-membres : 1 200 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

CREATIVE PROBLEM SOLVING

Le principal défi auquel les managers sont aujourd'hui confrontés est d'éveiller le potentiel créatif de leurs collaborateurs, tout en amplifiant la cohésion interne de l'entreprise.

Fusionnant des techniques de créativité avec une approche structurée de résolution de problèmes, le Creative Problem Solving (CPS) est une méthode puissante d'analyse des problèmes et de génération de solutions efficaces et pertinentes.

ANIMATEUR



Mario Varvoglis, Consultant et expert APM (Association pour le Progrès du Management)

Mario Varvoglis, Docteur en psychologie expérimentale, a conduit pendant une décennie des recherches en laboratoires, à New York et Princeton. Arrivé en France à la fin des années 80, il s'est concentré sur l'application pratique de techniques de créativité dans le monde de l'entreprise. Ainsi, depuis 20 ans, il accompagne des PME-PMI et des entreprises internationales (Apple, L'Oréal, Novartis, Coty, Renault, Roche, Publicis, TF1, Coca-Cola, Danone, AXA, Boston Consulting Group, Société Générale, Galeries Lafayette, EDF, Areva, Accenture, Alcatel-Lucient, SAS Institute, Steria, etc.), en les aidant à booster leur potentiel d'innovation. Il intervient également en tant qu'expert dans des centres de formation, des grandes écoles et des groupements de chefs d'entreprise.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

1 décembre 2010
19 mai 2011

Investissement :

Membres AmCham :
475 €
Non-membres : 625 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

FORMATION

L'individu : freins et catalyseurs de la pensée créative.

Au-delà du brainstorming : outils structurés de génération d'idées et de solutions.

Méthodologie CPS : créativité et gestion de projets.

Leadership et créativité : réconcilier l'esprit innovant avec les nécessités de structure.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Comprendre les fondements de la démarche créative,
- Savoir utiliser des techniques structurées bien plus pointues que le brainstorming pour la résolution de problèmes via la créativité,
- Faire un état des lieux de la culture d'innovation de son service ou de son organisation et définir des axes potentiels d'amélioration.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Equipes de direction, dirigeants de PME-PMI, Responsables Opérationnels d'Activité, équipes de R&D, Responsables Marketing et Communication, DRH, Chefs de produits et de projets....,
- Généralement, tous ceux qui doivent collaborer avec d'autres personnes pour trouver de nouveaux axes de développement et résoudre des problèmes,
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

Véritable amplificateur de l'intelligence collective, le CPS encourage également une synergie dynamique et participative au sein de l'organisation.

ROLES, RESPONSIBILITY, AND DYNAMICS IN CORPORATE BOARDS

Basée sur la pratique, cette formation n'inclut que très peu de discussion théorique.

Le formateur jouit d'une solide formation de chercheur et d'expérience multiple au sein de conseils d'administration universitaires.

Formation basée sur des exemples concrets et des études de cas.

ANIMATEUR



Professeur (Dr.) Arun Kumar Jain,

Professeur d'origine indienne, dont la stratégie a été approuvée et très exportée, Arun Kumar Jain est reconnu comme étant l'expert en management d'entreprise asiatique. Il a signé jusqu'à ce jour plus de 100 articles et études de cas documentées auprès de prestigieuses revues internationales telle que Harvard Business Review. Il a été conseiller formateur de plusieurs gouvernements et conseils d'administration, dont Fortune 500 qui réuni les dirigeants des 500 premières entreprises américaines en terme de leur chiffre d'affaires. Il a dirigé de nombreux programmes d'exception destinés aux membres de conseils d'administration et aux hauts dirigeants de sociétés internationales enseignant les stratégies internationales, la pensée stratégique, le commerce en Asie-Pacifique, etc.

ORGANISATION

Format :

2 jours (14 heures)

Dates :

9 - 10 décembre 2010
21 - 22 avril 2011

Investissement :

Membres AmCham : 785 €
Non-membres : 1 025 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

FORMATION

Cette formation repose sur des recherches : une étude sur les entreprises à longue durée de vie a démontré que les conseils d'administration qui savent trancher sur des dilemmes intrinsèques et des contradictions externes vivent beaucoup plus longtemps que celles qui n'y parviennent pas. Les participants mettront le doigt sur ces contradictions et apprendront comment les entreprises qui réussissent s'en sortent.

Les participants découvriront les cadres nécessaires à la mise en place de la structure d'un conseil d'administration optimal, à la sélection de directeurs indépendants et à la gestion de l'organisation durant des périodes d'adversité ou d'opportunités.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Développer et comprendre les différentes sortes de conseils d'administration
- Étudier l'influence du conseil d'administration sur la direction stratégique des marchés mondiaux
- Les dilemmes éthiques et leur résolution
- Mesurer les performances de l'entreprise et du management
- Le rôle stratégique et leadership du conseil d'administration au delà de la conformité juridique
- Gestion des risques pour les cadres confirmés

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Membres des conseils d'administration, PDG et autres hauts dirigeants ou directeurs indépendants.

UNDERSTANDING CONSUMERS AND MARKETS IN ASIA-PACIFIC, CHINA & INDIA

ANIMATEURS



Professeur (Dr.) Arun Kumar Jain,

Professeur d'origine indienne, dont la stratégie mondialement a été approuvée et très exportée, Arun Kumar Jain est reconnu comme étant l'expert en management d'entreprise asiatique. Il a signé jusqu'à ce jour plus de 100 articles et études de cas documentées auprès de prestigieuses revues internationales telle que Harvard Business Review.

Il a été conseiller formateur de plusieurs gouvernements et conseils d'administration, dont Fortune 500 qui réuni les dirigeants des 500 premières entreprises américaines, classées selon l'importance de leur chiffre d'affaires. Il a dirigé de nombreux programmes d'exception destinés aux membres de conseils d'administration et aux hauts dirigeants de sociétés internationales enseignant les stratégies internationales, la pensée stratégique, le commerce en Asie-Pacifique, etc.



Professeur Sylvie Hertrich,

Docteur en Sciences de Gestion, est enseignante associée à l'Ecole de Management. Après 10 ans comme directrice d'une agence de marketing basée à Frankfurt (Allemagne), elle a développé une riche expertise dans le domaine des études de cas en marketing. Avec Ulrike Mayrhofer, les deux auteurs ont publié une vingtaine

de cas en collaboration avec des entreprises comme Adidas, Audi, Club Méditerranée, Disneyland Resort Paris, Hilton, Parc Astérix, Peugeot, etc... Elles ont reçu neuf fois le Stylo d'Or. Suite au succès rencontré, les deux auteurs animent régulièrement des séminaires et ont récemment publié un ouvrage collectif intitulé « Cas en Marketing ».

ORGANISATION

Format :

2 journées (14 heures)
de 9h00 à 17h00

Dates :

6 - 7 décembre 2010
18 - 19 avril 2011

Investissement :

Membres AmCham : 785 €
Non-membres : 1 025 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

FORMATION

Ce n'est ni une surprise ni une coïncidence si les économies émergentes asiatiques n'ont pas subi les conséquences de la crise financière.

Les études suggèrent que les managers occidentaux devraient changer leur façon de penser pour tirer profit et participer à la croissance asiatique. Cette formation permettra aux participants de voir d'un œil nouveau les attentes, profils et comportements du consommateur asiatique.

- Basée sur la pratique, cette formation inclut peu de discussion théorique,
- Le formateur jouit d'une solide base théorique acquise en Asie ainsi que d'une longue expérience de professeur dans le domaine,
- L'accent de la formation sera mis sur la diversité culturelle et la localisation de produits et services,
- Formation basée sur des exemples concrets et des études de cas.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Développement et appréciation des opportunités sur les marchés en forte croissance,
- Comprendre le comportement du consommateur asiatique,
- Développer une vision sur le management culturel et la gestion des difficultés,
- Développer une vision de stratégie marketing pour exploiter les opportunités dégagées par les déséquilibres régionaux et locaux.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers confirmés, décideurs et expatriés en Europe désireux de travailler avec des partenaires asiatiques et de pénétrer les marchés asiatiques,
- Anglais opérationnel requis pour communiquer efficacement.

PIPELINE MANAGEMENT

Construire de solides canaux de ventes pour optimiser les résultats est une préoccupation première dans des domaines tels que le marketing, la vente, la finance ou la fabrication. Alors pourquoi la plupart des organisations commerciales font-elles preuve de faiblesse en gestion prévisionnelle des ventes ?

ANIMATEUR



Bradley Stock, *Fondateur et dirigeant d'Ozarks, The Communication Company*

Avec plus de vingt ans d'expérience en tant qu'entrepreneur en France, Bradley Stock a créé, développé et vendu trois sociétés. Brad est actuellement impliqué dans plusieurs entreprises respectivement spécialisées en : conseil en stratégie de développement d'entreprise, coaching linguistique & culturel et traduction, développement de solutions informatiques.

Brad a mis en œuvre les concepts développés dans ce module en France, en Irlande et en Grande-Bretagne pour des sociétés telles que Dell, Sony, Amec Spie...

FORMATION

Cette formation propose une nouvelle vision de la gestion prévisionnelle des ventes.

La méthode s'oppose aux approches traditionnelles de prévision des ventes utilisées par la plupart des solutions CRM actuellement sur le marché et basées sur des probabilités de succès.

Ce module procure des **outils concrets** pour permettre aux commerciaux d'améliorer considérablement leurs performances personnelles.

Le principe est simple : si l'individu gagne, la société gagne.

Cette approche a été testée et approuvée par plusieurs PME et grandes entreprises.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Connaître les astuces pour construire un pipeline robuste,
- Améliorer les performances de vente personnelles et/ou de l'équipe,
- Mettre en œuvre un outil simple pour atteindre vos objectifs de vente,
- Acquérir un outil de gestion de la relation client simple et accélérateur de ventes,
- Optimiser vos commissions.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers des ventes, commerciaux, consultants, indépendants...
- Niveau d'anglais opérationnel,
- Une licence du logiciel vous est offerte lors de la formation, les participants viendront munis de leur ordinateur portable.

Ce module délivre les outils nécessaires pour une meilleure gestion des ventes et réaliser de meilleures performances commerciales.

TECHNIQUES DE VENTES ET MARKETING

ORGANISATION

Format :

1/2 journée
de 9h00 à 12h30

Dates :

15 novembre 2010
6 mai 2011

Investissement :

Membres AmCham :
275 €
Non-membres : 375 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Une licence du logiciel :
Focus Pipeline Management,
compatible MS 97 et Vista

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

OPPORTUNITY AND DEAL MANAGEMENT

« Opportunity and Deal Management » est une méthodologie structurée qui permet aux commerciaux de signer plus de contrats et d'avoir un meilleur prévisionnel des ventes. Elle permet d'avoir une meilleure visibilité sur la façon dont vous allez atteindre vos objectifs commerciaux.

ANIMATEUR



Colin Wilson, *Fondateur de First Border Ltd*

Colin Wilson est consultant et coach en techniques de vente auprès d'entreprises multinationales depuis plus de 15 ans.

Colin a travaillé à plusieurs reprises à l'étranger dans des zones géographiques telles que la Scandinavie, l'Afrique du Sud, l'Europe centrale et l'Europe du Sud ou encore aux Etats-Unis.

Fondateur de First Border Ltd, Colin apporte une véritable valeur ajoutée aux organisations commerciales grâce à l'implantation de ses idées, méthodes, outils et compétences en stratégie de développement de comptes clés.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h à 17h

Dates :

3 décembre 2010
10 juin 2011

Investissement :

Membres AmCham :
475 €
Non-membres : 625 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation

Modules

complémentaires :

Pipeline Management

*Ce module peut être
inclus dans un plan de
formation annuel.*

FORMATION

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Adopter un processus d'achat structuré pour identifier les opportunités de vente prioritaires,
- Appliquer un modèle de qualification et de gestion des négociations critiques,
- Faire valoir la valeur de vos propositions,
- Planifier les relations clients de façon à augmenter votre influence auprès du compte,
- Faire des prévisions réalistes de résultats commerciaux trimestriels.

A la fin de ce stage, les participants sauront développer un plan d'action clair et pertinent, qui sera prêt à être communiqué, testé et amélioré en interne. Cette stratégie d'amélioration pourra être adoptée par l'entreprise afin de mieux gérer ses comptes clés.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Avoir un outil capable de démontrer la stratégie en cours pour atteindre une cible,
- Avoir suffisamment d'affaires en cours pour atteindre les objectifs commerciaux,
- Identifier les contrats pouvant être remportés qui permettront d'atteindre les objectifs,
- Utiliser cet outil pour mieux allouer ses ressources.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Force de vente terrain, consultants, managers engagés...,
- Ce programme peut également intéresser les représentants commerciaux sédentaires et les technico-commerciaux,
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

HOW TO ALIGN SALES AND MARKETING FOR HIGHER MARKET POWER

Au lieu de tenter sans succès d'aligner la direction marketing avec la direction commerciale ou vis versa, des méthodes sont présentés comment aligner les deux directions à la façon le client souhaite acheté. En appliquant ses méthodes l'efficacité de la démarche commerciale devient plus efficace à un moindre coût.

ANIMATEUR



Christian MAURER, Consultant indépendant

Ressortissant Suisse depuis 20 ans en France dans des rôles cadre supérieur et consultant. Expérience pour augmenter l'efficacité des forces commerciales internationales pour des affaires complexe par introduction des méthodes de gestion des équipes, de gestion des grands comptes et de gestion des affaires complexes. Membres de 'visiting faculty' de ZfU, International Business School en Suisse sur le thème de l'alignement du marketing et la vente. Intervenant régulier dans des programmes de formation continue de l'Institut de Marketing et Commerce de l'Université de St. Gall, Suisse. Membre du groupement de Top Sales Experts et du Global Sales Science Institute (GSSI).

FORMATION

Analyser les origines de disfonctionnement entre les directions marketing et commerciale

Comprendre :

- Les impacts de la tendance vers « vente 2.0 »,
- L'alignement au niveau des messages,
- La bonne utilisation du matériel marketing au long du cycle d'achat,
- Comment utiliser des critères de performance commun.

Valeur ajoutée : Des pistes concrètes pour aligner les deux directions dans son entreprise.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Démontrer comment rendre les démarches commerciales plus efficaces à un moindre coût,
- Insatisfaction avec l'impact des démarches commerciales et le niveau des coûts de ses démarches,
- Optimiser vos commissions.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Chefs d'entreprise, directeurs de division, directeurs marketing et directeurs commerciaux,
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

9 novembre 2010
14 mars 2011

Investissement :

Membres AmCham :
560 €
Non-membres : 630 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
et repas du midi

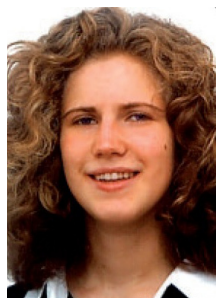
Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

GROW YOUR BUSINESS WITH E-ADVERTISING

Développez votre business avec l'e-publicité !

Comprendre la pertinence des liens sponsorisés (Google AdWords) pour les intégrer dans une stratégie de prospection Internet. Découvrez les plateformes et outils pour mettre en ligne des campagnes performantes.

ANIMATRICE



Carole KUEN, *Activis – Chef de Projet E-Publicité*

Une franco-britannique, issue d'un Master CAWEB (Création et Administration de sites Web multilingues), Carole Kuen occupe le poste chef de projet e-publicité chez Activis. Certifiée Google AdWords Professional, elle assure la gestion et l'optimisation de campagnes internationales de liens sponsorisés et multi-plateformes.

FORMATION

Pour comprendre les liens sponsorisés :

Le marché des liens sponsorisés ; Les avantages des liens sponsorisés ;

Quelques termes utiles : Présentation des régies et des réseaux.

Pour connaître les principes de base des liens sponsorisés :

Les outils ; La hiérarchisation des données (compte, campagne, groupe d'annonces).

Réseau de recherche et réseau de contenus ; Horaire d'affichage ; Définition du CPC.

Pour maîtriser les groupes d'annonces :

Rédaction d'annonces ; Choix des mots clés ; Définitions des enchères ;

Gérer sa campagne ;

Pour utiliser les outils pertinents.

Utilisation des outils de ciblage ; Suivi des conversions ; Adwords Editor ; Rapports ; Analytics.

PUBLIC

OBJECTIFS

- Utiliser les outils et paramètres nécessaires à la bonne gestion des campagnes de liens sponsorisés,
- Mettre en ligne et gérer une campagne efficace et rentable.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers, Chefs de projet, Commerciale/ Commerciaux, Chargées/Chargés des missions import/export...,
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

2 novembre 2010
15 avril 2011

Investissement :

Membres AmCham : 425€
Non-membres : 525 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi en sus

Ce module peut être inclus dans un plan de formation annuel.

GENERATE LEADS WITH NATURAL REFERENCING

Générez des «leads» avec le référencement naturel !

Comprendre l'importance des moteurs de recherche dans l'acquisition de contacts et de prospects qualifiés pour développer votre business en ligne.

Appréhender l'importance d'un bon référencement pour augmenter la visibilité de votre site Internet.

ANIMATEUR



Richard Amis, Activis - Directeur Référencement International

Américain, diplômé de l'Université de Californie, résidant en France depuis 20 ans, Richard est passé par la formation et l'entrepreneuriat avant d'intégrer Activis début 2008. Aujourd'hui, il gère le service référencement et s'occupe de la formation et de l'international.

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 9h00 à 17h00

Dates :

8 novembre 2010
23 mars 2011

Investissement :

Membres AmCham : 425€
Non-membres : 525 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
Repas du midi en sus

*Ce module peut être
inclus dans un plan de
formation annuel.*

FORMATION

Pour prendre connaissance de l'historique de la communication online :

L'évolution d'Internet ; La disparition des frontières ; La prise de conscience d'Internet ; Internet, un nouvel outil de vente.

Pour découvrir le marché et les acteurs du référencement :

Les moteurs de recherche et leurs parts de marché ; Tour du monde des acteurs ;
Un algorithme resté secret ; Blacklisting, trustrank.

Pour maîtriser les bases du référencement :

La politique de lien ; Le vocabulaire ; Les URL.

Pour comprendre l'intérêt du référencement et son fonctionnement :

Les avantages d'un bon référencement ; Assurer son retour sur investissement ; Optimiser la qualité.

Pour prendre en compte les différentes perceptions :

Utilisateurs, Consommateurs, Opérationnels ; Pour se familiariser avec le référencement ;
Terminologie du référencement ;

PUBLIC

OBJECTIFS

- Connaître et comprendre les enjeux d'un bon référencement
- Connaître les acteurs du référencement

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Managers, Chefs de projet, Commerciales/ Commerciaux, Chargées/Chargés des missions import/export...
- Niveau d'anglais opérationnel requis.

FUNDAMENTALS OF NEGOTIATION

Apprentissage des fondamentaux du processus de négociation dans un contexte managérial, social ou d'affaire. Optimiser ses performances en négociation et améliorer les retours sur investissement, tant dans sa vie personnelle que professionnelle...

ANIMATRICE



Christine MORLET, FORMATION-NEGOCIATION.COM (Sàrl)

Consultante Senior, fondatrice du réseau d'experts Formation Négociation, praticienne PNL, certifiée au modèle Herrmann des préférences cérébrales (H.B.D.I.), spécialisée en négociation commerciale et négociation interne (management). Ancienne consultante Senior du Groupe Scotwork, membre expert de la Negotiation Academy Europe, Conférencière Internationale, membre de la Global Speakers Federation (USA).

ORGANISATION

Format :

1 journée
de 8h30 à 18h00

Dates :

5 novembre 2010
8 avril 2011

Investissement :

Membres AmCham :
600 €
Non-membres : 725 €

Lieu :

ADIRA

Compris dans le prix :

Supports de formation
et repas du midi

*Ce module peut être
inclus dans un plan de
formation annuel.*

FORMATION

- Identifier son « profil » de négociateur
- Savoir préparer une négociation
- Identifier les bonnes aptitudes du négociateur
- Savoir définir sa stratégie de négociation de ... (quand négocier, où s'arrêter... ?)
- Optimiser ses performances en négociation et améliorer les retours sur investissement, tant dans sa vie personnelle que professionnelle...

PUBLIC

OBJECTIFS

- Toute personne ayant le souhait d'optimiser ses résultats en négociation.

PROFILS DES PARTICIPANTS

- Commerciaux, managers, acheteurs dans les domaines de la logistique, du marketing, de l'informatique,
- Niveau d'anglais opérationnel.